STRATEGI PEMASARAN PRODUK KAIN SONGKET PADA GRIYA KAIN TUAN KENTANG PALEMBANG

LAPORAN AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII Jurusan Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh

Nabilla Dwi Wahyu Handayani

NPM. 180.11. 50004

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIDINANTI

PALEMBANG

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama	: NABILLA DWI WAHYU HANDAYANI
Nomor Pokok	: 1801150004
Jurusan/Prog. Studi	: D3 Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan	: Diploma III
Mata Kuliah Pokok	: Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir	: Strategi Pemasaran Produk Kain Songket Pada Griya Kain Tuan Kentang

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal 11 - 10 - 2021 Pembimbing I :

Hj.Noviarni,SE.,M.Si
NIDN.0220116101

Tanggal 11 - 10 - 2021 Pembimbing II :

Rudy Chairuddin,SE.,M.P
NIDN : 0203026201

27/PS/DFE/21

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal 11 - 10 - 2021

Dr. Msy. Mikail, SE.,M.Si.,AK.,CA.,CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 11 - 10 - 2021

Suharti, SE., MM
NIDN. 0220086501

Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama	: NABILLA DWI WAHYU HANDAYANI
Nomor Pokok	: 1801150004
Jurusan/Prog. Studi	: D3 Manajemen Pemaseran
Jenjang Pendidikan	: Diploma III
Mata Kuliah Pokok	: Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir	: Strategi Pemasaran Produk Kain Songket Pada Griya Kain Tuan Kentang

Penguji Laporan Akhir

Tanggal 11 - 10 - 2021 Ketua Penguji :

Hj Noviarni,SE.,M Si
NIDN.0227116101

Tanggal 11- 10- 2021 Penguji I :

Rady Chairuddin,SE.,M.P
NIDN : 0202026201

Tanggal 11 - 10 - 2021 Penguji II :

Suharti,SE.,MM
NIDN. 0220086501

Mengesahkan :

27/PS/DFE/21

Dekan Fakultas Ekonomi
Tanggal 11 - 10 - 2021

Dr. Hisy. Mikail, SE.,M.Si.,AK.,CA.,CSRS
NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 11 - 10 - 2021

Suharti, SE., MM
NIDN. 0220086501

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: NABILLA DWI WAHYU HANDAYANI
Nomor Pokok	: 1801150004
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan/Prog. Studi	: D3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir	: Strategi Pemasaran Kain Songket Pada Griya Kain Tuan Kentang

Menyatakan bahwa laporan akhir ini telah di tulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan laporan akhir dengan konsekuensinya.

Palembang, 4 Oktober 2021

METERAI TEMPEL

NABILLA DWI WAHYU HANDAYANI

Dipindai dengan CamScanner

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Jadi diri sendiri, orang lain tak harus

menyukainya dan kamu tak harus peduli dengan itu"

Kupersembahkan Kepada :

- Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah banyak mensuport
- Keluarga tercinta
- Dosen pembimbing dan pendidik Universitas Tridinanti
- Teman-teman seperjuangan

KATA PENGANTAR

Puji syukur sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **"Sistem Pemasaran Produk Kain Songket Pda Griya Kain Tuan Kentang Palembang"** dalam waktu yang tepat dan tanpa adanya halangan yang berarti.Menulis laporan akhir memiliki tujuan untuk memenuhi persyaratan program Fakultas Ekonomi Jurusan Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang,dengan selesainya laporan akhir ini penulis dengan tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan laporan akhir kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunianya.
2. Ibu Dr.Ir.Hj.Manisah,MP Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Dr.Msy.Mikail,SE,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
4. Ibu Suharti,SE.MM Selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran.
5. Ibu Hj.Noviarni,SE.,M.Si Dosen Pebimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan baik langsung maupun tidak langsung sehingga pelaksanaan laporan akhir ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.
6. Bapak Drs.Rudy Chairuddin,SE.,M.P Selaku Dosen Pebimbing II yang telah banyak memberikan masukan yang bermanfaat.
7. Bapak Sofyan Chandra selaku ketua dan pebimbing kami selama di Griya Kain Tuan Kentang.

8. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan dan doa.
9. Para Sahabat yang selalu memberikan semangat.

Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang,

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABLE ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

ABSTRAK ..... **xii**

RIWAYAT HIDUP ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 6

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 6

1.3.1 Tujuan Penelitian 6

1.3.2 Manfaat Penelitian 4

1.4 Metode Penelitian 7

1.4.1 Lokasi Penelitian 7

1.4.2 Sumber Data 7

1.4.3 Metode Pengumpulan Data 7

1.5 Sistematika Penulisan 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Strategi 10

2.1.1 Umsur-Unsur Strategi 11

2.1.2 Fungsi Strategi.....13

2.2 Pengertian Pasar 14

2.2.1 Ciri-Ciri Pasar.....17

2.2.2 Fungsi Pasar 17

2.2.3 Jenis-Jenis Pasar 18

2.3 Pengertian Pemasaran.....19

2.3.1 Tujuan Pemasaran 21

2.4 Pengertian Strategi Pemasaran 22

2.4.1 Fungsi Strategi Pemasaran 23

2.4.2 Unsur-Unsur Utama dari Strategi Pemasaran 24

2.5 Konsep Strategi Pemasaran 24

2.6 Analisis SWOT 27

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....29

3.2 Profil Perusahaan.....33

3.3 Visi dan Misi Griya Kain Tuan Kentang.....35

3.4 Struktur Organisasi.....36

3.5 Sistem yang Digunakan Griya Kain Tuan Kentang.....37

3.6 Produk yang Ditawarkan.....40

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis Bauran Pemasaran.....43

4.2 Analisis SWOT.....48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 54

5.2 Saran 55

DAFTAR PUSTAKA 56

LAMPIRAN

DAFTAR TABLE

Table

Halaman

1.1 Jumlah Produk yang Terjual 5

4.1 Harga Setiap Produk 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.6 Analisis SWOT 28

3.2 Bangunan Griya Kain Tuan Kentang 34

ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan produk serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat.

Adapun dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Griya Kain Tuan Kentang Palembang. Berdasarkan hasil penelitian terhadap aspek produk, place, promotion, price, people, process, physical evidence dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Griya Kain Tuan Kentang harus melakukan pembaharuan dan inovasi di setiap produk yang ada dan memperkenalkan produk lebih luas lagi agar lebih dikenal oleh para konsumen, contoh nya dengan mengikuti event seperti pameran dan bazaar.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk

RIWAYAT HIDUP

Nabilla Dwi Wahyu H, dilahirkan di Jakarta pada tanggal 11 Juli 2000 dari Ayah Sopian dan Ibu Omah Rohmayati. Ia anak ke dua dari tiga berssaudara.

Sekolah Dasar diselesaaikan pada tahun 2012 SDN 117 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan tahun 2015 di SMP Pusri Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Atas pada tahun 2018 di SMAN 18 Palembang. Pada tahun 2018 ia memasuki Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 18 Agustus 2021

Nabilla Dwi W.H

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tekstil adalah material fleksibel yang terbuat dari tenunan benang.Tekstil dibentuk dengan cara penyulaman,penjahitan,pengikatan,dan cara pressing.Istilah tekstil dalam pemakaiannya sehari-hari dikenal dengan istilah kain.

Banyak jenis kain dengan beragam tekstur dan ciri khas masing-masing.Kain-kain tersebut memiliki keunggulan dan kelebihannya yang variatif sehingga ketika digunakan sebagai material dari pakaian sehari-hari.

Indonesia terkenal sebagai salah satu negeri terbesar penghasil kain tradisional yang indah,bervariasi,penuh kreasi,dan terkait dengan berbagai unsur budaya suku bangsa masing-masing.Contoh hasil kain dari Indonesia ialah kain tenun ikat,kain songket,kain batik,dll.Pada tahun 1901,kain tradisional Indonesia pernah diperkenalkan kepada masyarakat Eropa melalui pameran yang diadakan oleh G.P.Rouffaer di Den Hagg.

Kain Songket Palembang merupakan salah satu karya budaya dari Sumatera Selatan yang telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda Indonesia pada tahun 2013.Karya budaya ini masuk kedalam domain keterampilan dan kemahiran kerajinan tradisional.Songket digolongkan dalam keluarga tenunan brokat,songket ditenun dengan

tangan menggunakan benang emas,perak,dan pada umumnya dipakai pada acara-acara resmi,seperti acara pernikahan ataupun acara adat lainnya.

Semakin berkembangnya zaman kain songket menjadi salah satu peluang usaha.Para pelaku usaha memanfaatkan keadaan dengan membuka sentral industri pengrajin songket.Sentral industri ini membuat para pengrajin songket menjadi lebih mudah memasarkan songket yang mereka buat,membuat mereka tidak perlu capek keliling-keliling pasar untuk menjual songket mereka.

Strategi pemasaran merupakan salah faktor penting dalam melakukan bisnis.Hal ini dikarenakan banyaknya persaingan didunia bisnis membuat semua pelaku bisnis harus bisa berpikir secara kreatif dan inovatif untuk menarik minat konsumen.Bauran pemasaran yang meliputi produk,promosi,harga,tempat,proses,dan sumber daya manusia dan lingkungan.Strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dapat mempermudah memasarkan produk.

Persaingan yang sangat ketat membuat pelaku bisnis harus bisa memberikan kesan yang baik kepada konsumen terhadap produk yang mereka pasarkan agar dapat memenangkan persaingan secara domestik maupun internasional.

Para masa kini,memberikan pengaruh yang cukup besar dalam pemasaran dan menimbulkan tantangan-tantangan baru didunia bisnis.Para pelaku bisnis harus bisa melakukan terobosan baru dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka.

Kualitas produk juga menjadi salah satu faktor keputusan pembelian produk oleh konsumen.Para pelaku bisnis terutama dibidang kain songket mereka harus memberikan kualitas tinggi kepada produk mereka.Kualitas produk merupakan syarat utama agar produk dapat diterima di pasaran.Suatu produk dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pelanggan.Dalam mempertahankan kualitas yang bagus para pelaku bisnis harus melakukan kontrol yang sangat ketat terhadap produk mereka,seperti penyiapan bahan baku sampai produk tersebut jadi.Apabila kualitas produk memenuhi harapan konsumen,maka kulalitas produk mereka bisa menjadi salah satu keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing.

Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan,meskipun sebagian konsumen beranggapan bahwa produk mahal adalah produk yang berkualitas.Kualitas yang baik dan harga yang terjangkau bisa menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk

Promosi juga merupakan salah faktor penting dalam melakukan pemasaran.Para pelaku bisnis dapat memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi.Media sosial bisa menjadi salah satu media untuk melakukan penjualan dan memperkenalkan produk yang akan dipasarkan.Salah satu media yang sangat mudah diakses ialah instagram,instagram bisa menjadi salah satu media untuk melakukan promosi,karena instagram salah satu media yang mudah diakses dan digunakan semua kalangan masyarkat.Media sosial dizaman sekarang adalah hal yang paling mudah untuk melakukan penjualan terhadap suatu produk.

Ketiga hal tersebut menjadi faktor dalam melakukan usaha,kualitas produk,harga,dan promosi.Harga sangat menentukan keberhasilan pemasar dalam penjualan produk,karna konsumen lebih menggemar produk yang berkualitas dengan harga murah.Selain itu,harga juga menentukan keputusan pembelian.

Semakin berkembang nya zaman kain songket menjadi sebagai peluang usaha,semakin banyaknya sentral industri pengrajin songket di Palembang.Griya Kain Tuan Kentang merupakan salah satu industri pengrajin songket.Griya Kain Tuan Kentang diresmikan tahun 2017 dan dijadikan destinasi wisata baru.Griya Kain Tuan Kentang dipelopori oleh KUB (Kelompok Usaha Bersama) yang berada di naungan Bank Indonesia (BI).

Sekian banyaknya sentra industri kain songket di Palembang,namun banyak pertimbangan konsumen sampai memilih Griya Kain Tuan Kentang.Para pelaku usaha berusaha menghasilkan produk dengan kualitas baik,dan harga terjangkau untuk memenuhi kebutuhan para konsumen.Komunikasi yang baik dengan para pelanggan pun menjadi faktor konsumen memilih Griya Kain Tuan Kentang.

Banyaknya persaingan di Industri ini membuat para pelaku usaha untuk meningkat kualitas produk,harga, dan promosi untuk menghasilkan keputusan pembelian yang tinggi.Mengedukasi para konsumen terhadap kain-kain yang dipasarkan,seperti bahan kain,motif-motif yang beragam,dll.Hal tersebut bisa menjadi pengaruh terhadap tingkat penjualan.

Tabel 1.1 Data Penjualan Griya Kain Tuan Kentang Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Penjualan (Unit)
2017	1320
2018	1345
2019	1447
2020	1550
2021	1550

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukan bahwa penjualan dari tahun 2017-2019 mengalami peningkatan,sedangkan didua tahun terakhir tidak ada perubahan jumlah penjualan.

Meskipun prosedur produksi dan pemasaran sudah dilakukan dengan baik,namun pada kenyataanya volume penjualan 2 tahun terakhir tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan permasalahan diatas,laporan akhir ini berjudul **"Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Kain Songket Pada Griya Kain Tuan Kentang?"**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas,maka rumusan masalah dalam laporan ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran produk kain songket pada Griya Kain tuan Kentang Palembang “

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penilitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Griya Kain Tuan Kentang untuk memasarkan kain songket.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1 Bagi Mahasiswa

Memberikan pengetahuan dan wawasan pada bidang ilmu strategi pemasaran dan belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata didunia kerja.

2 Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan mengenai konsep strategi pemasaran dan perusahaan dapat melihat potensial mahasiswa di perusahaan tersebut,apabila perusahaan tersebut membutuhkan tenaga kerja bisa merekrut mahasiswa tersebut.

3 Bagi Pembaca

Memberikan sumber infromasi dan untuk menambah pengetahuan dan bahan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

1.4 Metode Penelitian

Dalam pembuatan laporan akhir ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian diantaranya metode wawancara dan dokumentasi.

1.4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan bertepatan di Griya Kain Tuan Kentang Jl.Aiptu Wahab,Tuan Kentang Kecamatan Jakabaring Kota Palembang,Sumatera Selatan 30255

1.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan berasal dari Griya Kain Tuan Kentang Palembang.

1.4.3 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Mengumpulkan data atau informasi untuk keperluan laporan dengan cara melakukan wawancara kepada orang-orang yang terjun langsung kelapangan.

b. Metode Dokumentasi

Melengkapi data yang telah didapat di lapangan dengan melakukan studi pustaka melalui buku yang telah disesuaikan dengan isi materi dari laporan akhir ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman laporan akhir ini,akan disajikan sistematis penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang,perumusan masalah,tujuan dan manfaat,metode penelitian,dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori keilmuan,prinsip-prinsip,asumsi-asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan disajikan data atau hasil penelitian yang yang menyangkut gambaran objek umum yang diteliti.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahn penelitian dengan menggunakan teknik analisa.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi ringkasan kesimpulan dari hasil atau pembahasan yang yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Basu, Swastha DH., Irawan.2008. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua Cetakan Ke-tigabelas. Yogyakarta: Liberty Offset.

Kotler, Phip. 2004. Manajemen Pemasaran : *Analisis*, perencanaan, implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta : Penerbit PT.Pernhallindo.

Kotler,P. 2012. Manajemen Pemasaran EWEdisi 2, Ghalia Indonesia : Jakarta

Tjiptono, Sandy.2007. Strategi Pemasaran Edisi 1 Andi : Yogyakarta.

Tjiptono, Sandy.2008. Strategi Pemasaran Edisi 3 Andi : Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan *Analisis* Kasus *Intergrated marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sedarmayanti.2011.Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja,CV.Mandar Maju Bandung